

# 气象影视广告中的多媒体技术应用

**摘要:** 随着多媒体技术应用的普及,多媒体的技术已经深入到生活的各个方面,不仅仅优化了信息的视觉效果和表现力,同时也提升了人们对于信息接受的能力。本文通过对气象影视广告中多媒体技术的应用,阐述了多媒体技术对气象影视广告形式发展的影响。

**关键词:** 气象影视广告;多媒体;技术应用

**中图分类号:** G220.7

**文章编号:** 1671-0134 (2017) 06-117-02

**文献标识码:** A

**DOI:** 10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.06.040

■文 / 李岩涛

气象影视广告是指通过不同的元素,将气象信息加入到广告之中,使广告具有更加丰富的形式和表现力,使其更加吸引人的关注,提升气象广告的效果。而多媒体技术的应用是指通过计算机技术,把音频元素进行综合处理,建立起多种信息的连接和传达,使其成为一项完整的技术,并应用于广告的制作中,为制作广告技术的重要手段和方式。

## 1. 气象广告的主要形式

### 1.1 栏目赞助式

栏目赞助的广告形式受到节目的约束比较小,基本是通过直播,或者插播的广告进行传播。但是,对于这种栏目赞助的气象广告来说,可以通过一些新颖的设计让广告和气象元素相互呼应,通过它们之间的相互衬托和相互表现达到气象影视广告的艺术效果。插入相应的天气背景,形成更好的效果。

### 1.2 字幕角标式

提花字幕指的是主持人在对天气情况进行讲解和解释的时候,屏幕的右下方呈现了以字幕为主要内容的板块。这样的板块虽然很简单,但是仍旧可以利用多媒体的特点和优势,对图像画面进行处理,通过一定的特效对广告的应用进行设计。

### 1.3 背景标式

背景标版对气象广告来说是不可缺少的成分之一,这种标版相对来说形势和内容都比较固定,通过多媒体的应用可以更好地对背景标版进行改进和发展,提升背景标识的标准和应用,能让用户更好、更直观地去了解广告信息和广告内容,从而提升广告的吸引力和广告的质量。

### 1.4 片尾标式

和背景标式一样,片尾标式也是气象广告不可缺少的成分之一,也可以在设计上运用先进的多媒体技术,提升对广告的设计效果和画面的标准,创新对广告技术的应用形式,从而增强广告的吸引力。

## 2. 气象广告中的多媒体应用

### 2.1 表现形式的应用

多媒体技术的应用给电视广告增添了新鲜感和吸引力,对于气象广告来说也不仅仅局限于传统的广告播报形式,反而通过运用多媒体技术将各种视频元素融合到一起,形成新的表达方式。

首先是自然形成图形加字幕的表达,通过二维或者三维的图形,利用多媒体手段进行处理,将处理后的图形成功地应用到气象广告里面,从而增添了气象广告的色彩和吸引力。同时,字幕的设计也在多媒体技术中引用得越来越多,多彩多样的字幕设计可以让人们更加直观地看到天气气象信息,也可以让人们更容易地体会了解到天气状况,将字幕信息更好地进行了解和认识,随着多媒体技术的发展,字幕的应用已经摆脱了曾经传统的形式,而多媒体字幕技术的不断发展,使得气象广告中字幕的魅力越来越大。

其次就是图形字幕相互叠加的表现形式。这种表现形式通常情况下将视频作为背景使用,在使用背景的过程中,利用多媒体技术进行多种变换,通过变换,使得图形和字幕呈现更加复杂的表现形式,在视频背景的衬托下使得字幕能够更好地发挥其应有的表现力,从而烘托了气象广告的魅力。图形和字幕的叠加,也在一定程度上创新了广告的应用和艺术表现力,还有就是在气象广告的制作过程中,可以通过多层视频和图文合成剪辑的形式,通过这种形式,强调视频素材和图文素材的相互融合和相互叠加,增强了气象广告的效果和色彩,从而提升了气象广告的视觉效果,给人们以新鲜感和丰富的层次感。

再就是其他表现形式的应用,比如说多层视频和字幕相互组合的表现形式,这种形式是指在字幕图形相互叠加的基础上,更好地把视频素材和字幕素材相互融合,将单一的字幕和图形叠加,使其更加复杂化,同时还可以以视频和图文剪辑的形式进行广告设计,视频和图文的剪辑可以使得素材进行充分的融合和渲染,通过这种融合和渲染可以更好地加强气象广告的艺术效果,使叠加的字幕和图形不再单一和简单,反而会经过相互的融合和发展从而更好地展现自己的魅力和风格,让气象广告更加具备层次感和新鲜感,提升了广

告的吸引力和大众观赏性,帮助气象广告更好地向大众传播。新兴的CG表现形式也是气象广告运用多媒体的一种形式,这种形式是指利用电脑特效制作更好的二维和三维立体效果和素材,通过电脑特效对广告内容进行更好的渲染和传播,提升了广告的感染力和冲击力。

## 2.2 制作技术上的应用

多媒体技术在气象影视广告中的应用主要体现在气象影视广告的制作中,运用了数字化技术和虚拟现实技术,这些技术的使用极大地拓宽了气象广告的创新性和发展空间,既提升了气象广告的技术水平,也延伸了多媒体技术的应用。

在数字化技术的应用中,主要包含音频和视频信号的数字化,通过数字化技术,将音频和视频信息进行有效的压缩和传输,将信号形成相应的数字信息并不断提升数字化信息的质量和速度,可以更好地运用数字化将天气信息进行广泛传播,不仅仅使气象的传播局限于报纸或者电视,还可以通过更多的媒体平台进行广泛的传播,极大地保证了气象信息的及时性和传递性,气象广告视频、音频的质量和传播速度,对加强气象广告的观赏性和清晰性起到了很大的作用。同时,利用数字化的技术还可以更好地对气象广告进行制作和信息整理,数字化的应用可以更好地收集气象数字信息,并对信息进行整理和分析,保证了天气气象数字化的转换和提升。

同时,气象广告还成功运用了非线性编辑手段。非线性编辑手段是通过运用数字技术,对传统上的时间进行线性编辑,可以利用计算机完成整个设计工作,不需要其他的存储设备进行素材整理,可以在较短的时间内进行对信息资源的使用,突破了单一时间编辑顺序上的限制,更好地利用了资源,借助非线性技术的功能,通过场景的变化和特效的自由选择,突破了传统的广告制作对于时间的限制和约束,既节约了人力和资源,也实现了气象广告画面的完美衔接和充分利用,提升了广告的视听效果。

虚拟现实技术也是气象广告中常使用的一项技术,这种技术主要体现在广告的制作上。气象广告通过应用虚拟现实技术,使得气象广告节目中,常常会出现三维立体的效果、电脑特效的效果和数字化的效果。虚拟现实技术最开始应用在广告中是在各种体育赛事,由于在气象广告的应用还不够完善,所以虚拟现实技术应用首先是在互联网气象广告中应用,互联网技术的发展使互联网呈现更强的推动效果,在当前多媒体时代下使得气象广告发展有更加广阔的前景。在虚拟现实技术下,不仅可以让群众根据自己的需求选择相应地区的气象信息,并根据自身的需要选择不同的天气指标,而且可以针对群众的需求制作和发布不同风格的广告气象信息模式,使得气象广告适用群众越来越广,也使得气象广告更加丰富和多样化。同时虚拟技术还可以将现实世界中的场景虚拟化,成为一个可互动的气象商品形成对人们的吸引力,使得现在的气象广告不仅丰富多彩,而且样式繁多,提升了气象广告的观赏性,这都得益于虚拟技术的广泛应用。同时,虚拟技术的应用可以对广告的场景进行修改和协调,更加保证了广告的效果。

## 2.3 整体节目中的多媒体技术

整体节目中的多媒体技术主要体现在新型技术的应用、

音频视频的数字化和多媒体数据库的全面建设。在整体的气象节目中,我们更加注重气象整体节目的效果和吸引力,而多媒体的技术给整体节目的连贯性带来了相应的设备条件。整体性气象节目需要更新节目风格,在节目的播出过程中要把气象信息、群众出行信息、农业经营信息进行全面的展示,而普通的气象广告技术是不能够做到这一点的,因为普通的广告模式无法实现对各种信息资源的整合和同时播出播放。而多媒体技术的运用,可以更好地把各种信息整理归纳到统一的信息平台上,并且通过相应的多媒体制作技术把各种各样的信息进行归纳,寻找信息之间的关联,同时把相应信息的播出时间和节点放在统一的播放平台上,这样在气象广告播出的时候,可以增强信息的整体性,同样也增强了气象节目的整体性和同一性,使得气象节目的统一完整性得到体现和保证。

同时,多媒体技术在整体节目中的作用还体现在多媒体技术对节目的风格创新作用,传统的气象广告和气象预报形式过于单一而且模式较为固定,通过新媒体的作用,可以给传统的气象广告增加更多更丰富的形式,不仅仅是单一的气象播报,同时还可以加入对未来气象的分析和对生产生活的影响,在气象信息数字化的基础上将其他关联的信息融入到气象广告中去,丰富了气象广告的内容,也丰富了气象广告的表达形式。多媒体的技术给气象广告的制作带来了更大的帮助和更广阔的前景,使节目的风格和观赏性大大地提升,从而保证了节目的整体性和生成效率。

## 3. 总结

多媒体在当前社会的应用越来越普及,也对当前社会产生着更加丰富的影响。多媒体技术在气象广告中的应用,不仅仅更新了气象广告的表现形式和表现色彩,同时也对广告的制作和渲染进行了改革。多媒体和气象广告的相互结合,让多媒体技术在气象广告中得到了完美的体现,同时,气象广告也以其丰富多彩的形式和特点更受到大众的欢迎和热爱。多媒体实现了气象广告及时性的要求,而气象广告中也给多媒体发展提供了广阔的平台,二者相互促进、相互发展,形成共同提升的局面。

## 参考文献

- [1] 贺民. 多媒体形势下广播电视广告策划的创新及探索[J]. 传播与版权, 2013(03): 55.
- [2] 罗永东. 地市台广播电视多媒体技术系统的构建[J]. 信息与电脑(理论版), 2016(05): 80, 82.

(作者单位: 内蒙古气象服务中心)